

УДК 658.85
ББК 65.291.34
Ж68

Жигилий Е.

Ж68 Мастер ЗВОНКА. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону / Евгений Жигилий. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 352 с.

ISBN 978-5-91657-741-9

Эта книга поможет вам стать настоящим мастером телефонного общения. В ней вы найдете систему для работы с разными видами звонков: входящими, исходящими, горячими и холодными. Освоите массу разнообразных приемов ведения диалога и работу с возражениями, рассмотрите более 100 сценариев для различных ситуаций продаж по телефону. Это полный арсенал инструментов для реального применения на практике.

Для тех, кто занимается продажами по телефону.

УДК 658.85
ББК 65.291.34

Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

The logo for VEGAS LEX features the text "VEGAS LEX" in a bold, sans-serif font. The word "VEGAS" is on the top line and "LEX" is on the bottom line. A thin, curved line arches over the text, starting from the left side of "VEGAS" and ending on the right side of "LEX".

VEGAS LEX

© Е. Жигилий, 2013
© Издание. Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-741-9

Оглавление

| | |
|---|------------|
| Введение | 7 |
| ЧАСТЬ 1. БАЗОВЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ | 9 |
| Глава 1. С телефонного разговора начинается многое. | 11 |
| Глава 2. Мы продаем и привлекаем | 13 |
| Глава 3. Работа на телефоне: очевидные преимущества | 15 |
| Глава 4. Успех, счастье и работа по телефону. | 18 |
| Глава 5. Первое впечатление и инструменты работы по телефону | 21 |
| Глава 6. Вслушайтесь, как мы звучим | 25 |
| Глава 7. Невидимая часть успеха. | 28 |
| Глава 8. Виды звонков | 36 |
| Глава 9. Цели звонков | 40 |
| Глава 10. Полезные правила общения | 49 |
| Глава 11. Этапы продаж | 99 |
| ЧАСТЬ 2. ВХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ | 119 |
| Глава 12. Алгоритм входящего звонка. | 121 |
| Глава 13. Входящий звонок: скрипт ассистента с получением контакта | 123 |
| Глава 14. Алгоритм входящего звонка: начинаем разговор | 131 |
| Глава 15. Проводим разведку по всем правилам. | 135 |
| Глава 16. Правило полного стакана | 144 |
| Глава 17. Перехват инициативы второго уровня и общение с разговорчивыми людьми | 146 |
| Глава 18. Продаем встречу | 153 |
| Глава 19. Назначаем встречу | 161 |
| Глава 20. Ваш алгоритм входящего звонка | 169 |
| Глава 21. Прием «Пока база грузится» | 172 |

| | |
|---|------------|
| Глава 22. Перевод звонка как часть продажи | 179 |
| Глава 23. Как отработан звонок: оцениваем качество | 183 |
| Глава 24. На память надейся, а сам не плошай. | 188 |
| ЧАСТЬ 3. ИСХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ | 193 |
| Глава 25. Горячие звонки сопровождения | 195 |
| Глава 26. Теплые звонки. Клиентская база | 201 |
| Глава 27. Семь причин мотивации делать холодные звонки | 211 |
| Глава 28. Действующие лица холодного звонка | 223 |
| Глава 29. Два подхода в жизни и общении | 226 |
| Глава 30. Общение с секретарем. Первая фраза | 232 |
| Глава 31. Общение и проход через секретаря. Узнаем имя ЛПР | 235 |
| Глава 32. Другие приемы прохода через секретаря | 242 |
| Глава 33. Как быть настойчивым и ненавязчивым? | 252 |
| Глава 34. Алгоритм общения с секретарем при холодном звонке. Ответ «Пришлите на имейл». Метод двух звонков | 254 |
| Глава 35. Холодный звонок. Начало общения с ЛПР | 261 |
| Глава 36. Подготовка к холодному звонку | 270 |
| Глава 37. Общение с ЛПР, алгоритм и скрипт | 275 |
| Глава 38. Разведка при холодном звонке. | 288 |
| Глава 39. Метод двух звонков. Второй звонок. | 291 |
| Глава 40. Холодный звонок «с продажей заявки», или продажа по телефону | 300 |
| Глава 41. Холодный звонок HR | 323 |
| Глава 42. Некоторые возражения | 327 |
| Заключение | 331 |